

DIGITALISASI UKM DALAM ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL: STUDI KASUS TIONGKOK

Savitri Nurlia Devi

Email: savitrindev@gmail.com

Abstract

Globalization has affected a lot of sector in international relations such as actor, including Small Medium Enterprises (SMEs). SMEs comes from every country, and SMEs has huge impacts on their national economy. SMEs has a huge effect on the number of a country's export. It makes the sustainability of export in a country depending on SMEs as one of the actors. The appearance of globalization become a challenge for every SMEs in any country to survive through globalization. Because in the globalization era, every SMEs have to increase their ability to trade especially in their ability to use the new technology. And if SMEs in a country cannot improve their ability facing globalization, it can be hard for SME to compete their competitor and it can be a disaster for the sustainability of the SMEs and for their countries. China is an example of a country that pushes and helps SMEs to improve their skills and improve their ideas. And because of the SMEs in China, China can increase its ability in international trading. This writing will try to explain how can SMEs become an important actor in international relations, especially in increasing a country power's in the international system through digitalization.

Keywords: *SMEs, Digitalization, China*

DIGITALISASI UKM DALAM ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL: STUDI KASUS TIONGKOK

PENDAHULUAN

Kehadiran globalisasi membawa perubahan besar pada dunia internasional. Jim dkk. mengatakan dalam tulisannya bahwa globalisasi ditandai dengan adanya perubahan dalam dunia internasional, dimana seluruh masyarakat dunia saling terhubung satu sama lain. Globalisasi dapat memengaruhi banyak faktor, termasuk bidang ekonomi¹. Pakpahan dan Savitri, yang mengutip

¹ Jim Sheffield, Andrey Korotayev, dan Leonid Grinin, "Globalization as a Link Between The Past and The Future", dalam *Globalization: Yesterday, Today, and Tomorrow*. United States of America: 2013. url: <https://www.hse.ru/data/2013/05/23/1299088719/Globalization.pdf>

pandangan Gao Shangquan, mengatakan bahwa globalisasi, khususnya dalam bidang ekonomi memberikan dampak besar pada pelaku ekonomi di dunia, seperti adanya perekonomian internasional yang semakin bergantung satu sama lain yang didukung dengan adanya perkembangan teknologi². Sehingga berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa aktor ekonomi dalam dunia internasional harus dapat mengembangkan kemampuannya dalam menghadapi era globalisasi tersebut.

Perkembangan teknologi telah memudahkan hubungan antara satu aktor dengan aktor lainnya. Meskipun keberadaan teknologi yang semakin berkembang memudahkan aktor dalam menjalankan aktivitasnya, tak jarang kemunculan teknologi terbaru menjadi masalah. Hal ini dapat terjadi apabila kemampuan aktor rendah dalam mempelajari dan mengaplikasikan teknologi terbaru tersebut. Ini terjadi juga dalam sektor bisnis. UKM saat ini dihadapkan dengan era globalisasi ekonomi serta adanya perkembangan teknologi yang pesat. UKM yang dapat mengejar dan mengaplikasikan teknologi terbaru akan dapat bertahan dalam sektor bisnis. Berbeda dengan UKM yang tertinggal dan sulit untuk mengaplikasikan teknologi terbaru dalam bisnisnya, akan sulit untuk dapat bersaing dengan aktor bisnis lainnya.

Rustam Aji mengatakan salah satu dampak dari adanya perkembangan teknologi adalah kemunculan digitalisasi. Digitalisasi adalah keadaan dimana adanya perubahan dari kegiatan yang dilakukan secara analog beralih ke kegiatan yang bersifat digital dan didukung oleh teknologi seperti komputer³.

Tiongkok adalah salah satu negara yang merasakan dampak positif pasca melakukan digitalisasi, khususnya pada sektor ekonomi yang dijalankan oleh UKM. Pasca melakukan digitalisasi pada UKM di Tiongkok, negara ‘tirai bambu’ ini berhasil meningkatkan persentase GDP (*Gross Domestic Product*). Menurut data yang dikeluarkan oleh *Bain & Co team* yang dikutip oleh Annabeth Leow, mengatakan bahwa Tiongkok berhasil meningkatkan persentase GDP nya sebesar 16 persen pasca UKMnya melakukan digitalisasi⁴. UKM memiliki kesempatan besar dalam memanfaatkan digitalisasi dalam menjalankan bisnisnya. Sehingga tulisan ini akan membahas bagaimana digitalisasi UKM menjadi penting dan berdampak besar pada perekonomian nasional Tiongkok serta bagaimana UKM dapat memengaruhi posisi Tiongkok di dalam sistem internasional. Dan agar dapat membahas

² Aknolt K. Pakpahan dan Savitri Nurlia Devi, “Digitalisasi bagi Usaha Kecil Menengah Dalam Era Globalisasi”, *Infokop Media Pengkajian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah*, vol. 28 Desember 2018. Hlm 33-34.

³ Rustam Aji, “Digitalisasi, Era Tantangan Media”, *Islamic Communication Journal Vol 1*, No.1, Mei-Oktober 2016, 43.

⁴ Annabeth Leow, “SMEs can lift Asean GDP by US\$1.1t with tech adoption: Bain”, *Business Times*, 4 September 2018. <https://www.businesstimes.com.sg/top-stories/smes-can-lift-asean-gdp-by-us11t-with-tech-adoption-bain> (diakses 2 Juni 2019)

topik lebih dalam, penulis akan menggunakan dua teori, yaitu teori integrasi ekonomi dan teori *digital economy*.

KERANGKA TEORI / KONSEP

Untuk membahas topik tulisan agar dapat di analisis secara lebih mendalam, penulis akan menggunakan dua teori untuk membedah kasus. Pertama adalah teori integrasi ekonomi yang diungkapkan oleh Bela Balassa. Teori integrasi ekonomi memandang integrasi ekonomi adalah proses hilangnya batasan pada perdagangan sehingga pemerintah yang bersangkutan membuat kebijakan nasional dalam mengamankan perekonomian nasionalnya⁵. Kedua, adalah teori *digital economy*. Teori *digital economy* mengatakan adanya perkembangan teknologi yang digunakan manusia serta dapat meningkatkan kemampuan ekonomi dan memperluas pangsa pasar pengguna teknologi tersebut⁶.

ANALISA

Digitalisasi UKM

OECD dalam *press release* nya mengatakan bahwa digitalisasi dengan memanfaatkan teknologi terbaru dapat dikatakan berpotensi baik pada kelangsungan bisnis suatu negara⁷. Don Tapscott mengatakan digitalisasi membawa tambahan nilai bagi penggunanya⁸. Meskipun demikian, digitalisasi memiliki dampak lain pada penggunanya, dimana Yan-Yin dkk mengatakan adanya digitalisasi menurunkan batasan-batasan yang sebelumnya menjadi hambatan dalam perdagangan. Digitalisasi juga memiliki makna adanya peleburan batas wilayah negara menjadi satu kesatuan. Karena, dengan melakukan digitalisasi, seluruh wilayah bagian negara di dunia dapat berkomunikasi satu sama lain tanpa dibatasi oleh batas wilayah negara masing-masing⁹. Hal ini berhubungan dengan teori integrasi ekonomi yang diungkapkan oleh Bela Balassa, yaitu proses hilangnya batas wilayah negara sehingga menjadi satu kesatuan dalam dunia internasional, khususnya dalam bidang perdagangan¹⁰. Sehingga, dapat dikatakan bahwa aktor yang berkecimpung dalam digitalisasi harus

⁵ Bela Balassa. *The Theory of Economic Integration*. Homewood. (Illonis: RD. Irwin Inc, 1961), 17.

⁶ Elvira Moiseeva, "Theoretical Basis of the Digital Economy Formation", *Madwell Journals: International Business Management* 9 (6), 2015, 1405.

⁷ OECD, "Digitalisasi adalah kunci untuk mempertahankan pertumbuhan di Emerging Asia, menurut laporan terbaru", url: https://www.oecd.org/dev/Press_release_Outlook2018_Indonesian.pdf

⁸ EG AG Wentas Wuryanta "Digitalisasi Masyarakat: Dinamika Ekonomi Nasional, url: <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/163/247>

⁹ Yan-Yin Lee, Mohammad Falahat, Bik-Kai Sia, "Impact of Digitalization on the Speed of Internazionalization", *Canadian Center of Science and Education Vol 12*, No.4, 2019, 1.

¹⁰ Op.cit., Bela Balassa.

mengenal betul apa yang dimaksud dengan digitalisasi, dampak digitalisasi, dan bagaimana digitalisasi dapat dimanfaatkan dengan baik.

UKM pun dapat melakukan digitalisasi yang dilakukan dilakukan dalam berbagai cara. Misalnya, dengan memanfaatkan *e-commerce* untuk membantu memperkenalkan barang dagangan nya ke konsumen. UKM dapat menggunakan digitalisasi sebagai salah satu cara untuk memperluas pangsa pasarnya agar dapat mencakup pasar internasional¹¹. Sehingga, penulis melihat adanya digitalisasi bagi UKM ini dapat menjadi *boomerang* apabila tidak dimanfaatkan dengan baik oleh UKM.

Pemerintah dan UKM Tiongkok

UKM dianggap penting pada perekonomian Tiongkok. Sejak 1980an UKM di Tiongkok sudah menjadi sumber ekonomi vital bagi perekonomian nasional Tiongkok¹². UKM yang dibagi menjadi klaster pun menjadi salah satu cara bagi pemerintah Tiongkok untuk mengedepankan kemampuan UKMnya¹³. UKM juga dapat meningkatkan jumlah pekerja aktif serta dapat meningkatkan inovasi yang dibuat oleh pelaku UKM dalam berbisnis. Meskipun demikian, UKM dinilai masih memiliki beberapa masalah dalam pelaksanaan UKMnya, seperti kesulitan dalam pendanaan bisnis UKM¹⁴. Menghadapi kejadian ini, Pemerintah Tiongkok memberikan dukungan pada UKM melalui beberapa cara, salah satunya adalah kebijakan pemerintah Tiongkok terhadap UKM. Hal ini berhubungan dengan teori integrasi ekonomi yang diperkenalkan oleh Bela Balassa. Balassa melihat adanya kondisi dunia yang menjadi kesatuan harus didukung dengan pemerintah tiap negara dalam mengamankan negaranya dari berbagai ancaman, salah satunya adalah dengan membuat kebijakan nasional¹⁵. Kebijakan nasional ini dapat diaplikasikan di berbagai sektor. Seperti hal nya Tiongkok yang membuat kebijakan untuk mendukung dan mengamankan eksistensi UKM yang ada di negaranya. Kebijakan yang dibentuk oleh pemerintah Tiongkok berusaha untuk mendukung UKM dalam mendapatkan kemudahan dalam menjalankan usahanya¹⁶. Pemerintah Tiongkok membuat kebijakan seperti memudahkan akses peminjaman modal bagi UKM kepada bank yang ada di Tiongkok, hal ini dilakukan agar UKM dapat

¹¹ Ibid.

¹² Liu Xiangfeng, "SME Development in China: A Policy Perspective on SME Industrial Clustering", dalam *SME in Asia and Globalization*, ERIA Research Project Report 2007-5, 2008, 38. url: http://www.eria.org/SME%20Development%20in%20China_A%20Policy%20Perspective%20on%20SME%20Industrial%20Clustering.pdf

¹³ Ibid.

¹⁴ Xiao Yimin dan Xinhua, "China moves to boost SME growth", *Hangzhou.com.cn*, http://en.hangzhou.com.cn/News/content/2019-04/08/content_7173431.htm (diakses 10 Mei 2019)

¹⁵ Op.cit., Bela Balassa.

¹⁶ OECD, "China (People's Republic of)", dalam *Financing SMEs and Entrepreneurs 2016: An OECD Scoreboard*, 180. Url: https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/financing-smes-and-entrepreneurs-2016/china-people-s-republic-of_fin_sme_ent-2016-12-en#page6

menerima tambahan modal dan meningkatkan kemampuan UKMnya salah satunya dengan meningkatkan kualitas dan jumlah produk yang dapat dipasarkannya¹⁷.

Selain kemudahan peminjaman modal, Pemerintah Tiongkok pun memberikan keringanan biaya pajak yang harus dibayarkan oleh UKM kepada pemerintah¹⁸. Pemerintah Tiongkok pun sudah berupaya untuk sebanyak mungkin membuat regulasi terkait dengan pasar baru yang kemudian akan digunakan untuk memasarkan barang digital agar dapat menghadapi perubahan teknologi yang terus berkembang¹⁹. Pemerintah Tiongkok juga mendukung UKM dengan memberikan pelatihan cara pengoperasian komputer. Adanya perhatian besar dari Pemerintah Tiongkok kepada UKM ini memberikan semangat yang besar bagi para pelaku UKM untuk membuat bisnisnya sendiri, seperti yang dilansir oleh *China Daily* bahwa setiap harinya terdapat 16.000 *startup* muncul tiap harinya untuk menjadi UKM baru di Tiongkok²⁰.

Bantuan dana dari perusahaan besar di Tiongkok pun menjadi salah satu alasan kemajuan pesat dari UKM di Tiongkok. Terdapat 18 milyar yuan yang diberikan oleh perusahaan besar di Tiongkok kepada UKM untuk mengembangkan teknologi yang digunakan oleh UKM²¹. UNIDO atau *United Nations Industrial Development Organization* pun bekerja sama dengan *Alibaba Group* untuk turut membantu mendorong perkembangan UKM Tiongkok. Bantuan ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kemampuan pembangunan UKM serta meningkatkan kesetaraan gender dalam menggunakan *e-commerce*²². Bantuan pemerintah dan lembaga besar dianggap penting bagi kemajuan UKM dalam melakukan digitalisasi. Hal ini dikarenakan apabila tidak ada regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah, maupun suntikan dana dari perusahaan yang lebih besar, hal ini dapat berdampak pada UKM yang kesulitan untuk membuat serta mengembangkan bisnisnya.

Berdasarkan data yang ditulis oleh Xiangfeng, dikatakan bahwa Pemerintah Tiongkok membagi UKM pada beberapa bagian Tiongkok, seperti 68,58% UKM terdapat di wilayah Timur Tiongkok, 11,28% UKM terdapat di wilayah Barat Tiongkok, dan 20,14% UKM berada di wilayah tengah Tiongkok²³. Pemerintah Tiongkok pun tidak setengah-setengah dalam membuat kebijakan. Keseriusan Pemerintah Tiongkok dalam menangani UKM dilihat dari pembentukan lembaga pemerintah khusus untuk memantau dan menanggulangi UKM yang ada di Tiongkok. Lembaga pemerintah yang dibuat, seperti Komisi Reformasi dan Pembangunan Nasional, Pusat Koordinasi

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid, 181.

¹⁹ McKinsey Global Institute, "China's digital agenda: Capturing the Internet's full Potential", dalam *China's digital transformation: The Internet's Impact on Productivity and Growth*, 98.

²⁰ Ma Si, "SME digitalization drive gets shot in arm", *Chinadaily.com*, 5 November 2018.

<http://www.chinadaily.com.cn/a/201805/11/WS5af4f1c6a3105cdcf651d494.html> (diakses 10 Mei 2019)

²¹ Ibid.

²² UNIDO, "UNIDO and eWTP build stronger ties to support e-commerce and SMEs", *UNIDO*, url:

<https://www.unido.org/news/unido-and-ewtp-build-stronger-ties-support-e-commerce-and-smes> (diakses 10 Mei 2019)

²³ Op.cit., Liu Xiangfeng, 40.

Tiongkok untuk Kerjasama UKM dengan Negara Asing, Departemen UKM Lokal di tiap provinsi, dan Asosiasi UKM Tiongkok²⁴.

Pemerintah Tiongkok pun membuat *SME Growth Project* di tahun 2016 yang berisikan sebagai berikut, “Untuk mempromosikan sistem kebijakan dan regulasi UKM, untuk memunculkan sistem pelayanan sosial UKM, untuk memfasilitasi penyesuaian struktural UKM, untuk mempertahankan reformasi UKM, untuk memperkuat pelatihan UKM, untuk meningkatkan inovasi UKM, untuk menyelesaikan masalah keuangan yang menghambat UKM, untuk mengajak UKM memperluas pangsa pasarnya hingga ke luar negeri dengan menggunakan FDI, dan untuk meningkatkan pengawasan terhadap semua UKM”²⁵.

Dampak Digitalisasi UKM Terhadap Tiongkok

Digitalisasi UKM menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan di era globalisasi apalagi dengan adanya revolusi industri 4.0. Hal ini didukung oleh teori *digital economy* yang memandang adanya perkembangan teknologi yang dapat digunakan oleh manusia serta dapat meningkatkan kemampuan ekonomi suatu negara²⁶. Digitalisasi merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak luas untuk saling berkomunikasi satu sama lain²⁷. Pandangan dari teori *digital economy* sangat relevan dengan kondisi Tiongkok saat ini. Berkat adanya digitalisasi UKM, Tiongkok berhasil meningkatkan GDPnya di tahun 2010 sebesar 30 persen²⁸.

UKM di Tiongkok memiliki peran penting dalam perekonomian nasionalnya. OECD mengatakan di tahun 2013, 97% sektor bisnis di Tiongkok terdiri dari UKM. OECD pun mengatakan UKM di Tiongkok berhasil membuka lapangan kerja bagi 80% masyarakat Tiongkok²⁹. Sehingga dengan meningkatnya jumlah lapangan kerja, OECD mengatakan UKM Tiongkok telah memberikan kontribusi yang besar pada GDP Tiongkok tahun 2013 sebesar 60%³⁰. Maka, tidak aneh apabila pemerintah dan lembaga lain turut mendukung perkembangan UKM di Tiongkok, karena UKM dapat mendongkrak perekonomian serta memberi lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat Tiongkok.

Keberhasilan perkembangan UKM di Tiongkok pada akhirnya menjadikan Tiongkok sebagai lokasi pusat untuk salah satu organisasi *non* pemerintah (NGO). *Global Alliance of SMEs* (GASME) adalah NGO yang berlokasi di Hangzhou Tiongkok. GASME dikenal sebagai NGO yang ditujukan

²⁴ Ibid, 43.

²⁵ Ibid, 44.

²⁶ Op.cit., Elvira Moiseeva.

²⁷ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika (2011), 43.

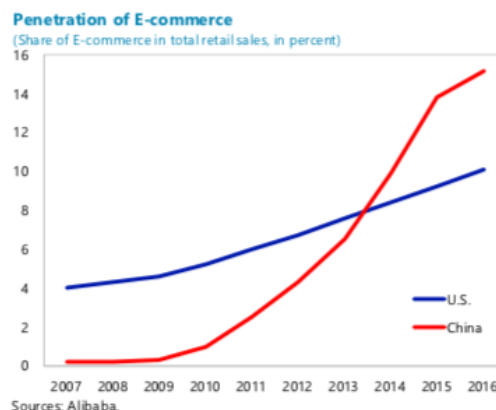
²⁸ Longmei Zhang dan Sally Chen, “China’s Digital Economy: Opportunities and Risks”, *IMF Working Paper WP/19/16*, Januari 2019, 3.

²⁹ Op.cit., OECD, “China (People’s Republic of)”, 174.

³⁰ Ibid.

untuk membantu UKM di seluruh dunia dengan memberikan pelatihan, cara merancang strategi bisnis, konsenterasi bisnis, dan lain-lain³¹. Keberhasilan Tiongkok lainnya adalah dikenalnya Tiongkok oleh dunia internasional sebagai salah satu negara pelopor yang menggunakan *e-commerce* sebagai salah satu cara untuk mengekspor barang hasil produksi UKM lokal³².

Digitalisasi di Tiongkok cukup merata, karena berdasarkan data dari IMF yang mengutip dari *China Academy of Information and Communication Technology* menyatakan bahwa persentase UKM tiap provinsi di Tiongkok yang menggunakan digitalisasi banyak yang berada diantara angka 20-40 persen. Meskipun Provinsi Henan merupakan satu satunya provinsi yang masih berada di angka 18 persen³³. Digitalisasi UKM di Tiongkok pun dapat dikatakan memiliki peran penting pada perekonomian dunia yang memengaruhi dunia internasional. Hal ini dilihat dari data yang dikeluarkan oleh Alibaba yang dikutip oleh IMF, dimana terdapat data yang menyatakan adanya kenaikan signifikan pada grafik pangsa pasar yang dikuasai oleh Tiongkok lebih besar persentasenya di tahun 2016 pasca digitalisasi UKM dibandingkan Amerika Serikat (lihat Tabel 1)³⁴. Sementara itu, sistem pembayaran Alibaba pun lebih diminati masyarakat dunia yang berada di angka 120 persen, contohnya Alipay, berbeda dengan Amerika Serikat yang masih berada di angka 38 persen berada jauh dibawah Tiongkok³⁵. Fakta akan keberhasilan Tiongkok tersebut berhubungan dengan teori *digital economy* yang mengatakan adanya perkembangan teknologi yang dimanfaatkan oleh suatu negara dapat meningkatkan kemampuan ekonomi nasional serta memperluas pangsa pasar suatu negara³⁶. Dalam hal ini, Tiongkok melalui Alibaba berhasil memperluas pangsa pasarnya dalam rangka memperkenalkan produk UKM Tiongkok ke seluruh dunia dengan memanfaatkan teknologi *e-commerce*.



³¹ Ehangzhou.gov.cn, "Global Alliance of SMEs to locate Asian HQ in Hangzhou", *Hangzhou china*, 16 Januari 2019. http://www.ehangzhou.gov.cn/2019-01/16/c_268289.htm (diakses 10 Mei 2019)

³² WTO, *World Trade Report 2016. Levelling the Trading Field for SMEs*. Geneva: 2016.

³³ Op.cit., Longmei Zhang dan Sally Chen, 8.

³⁴ Op.cit., Longmei Zhang dan Sally Chen, 5.

³⁵ Ibid.

³⁶ Op.cit., Elvira Moiseeva.

Tabel 1. Sumber: Longmei Zhang dan Sally Chen, “China’s Digital Economy: Opportunities and Risks”, *IMF Working Paper*, mengutip dari Alibaba³⁷.

KESIMPULAN

Globalisasi menghantarkan masyarakat internasional menjadi satu kesatuan. Seperti pandangan Bela Balassa yang mengatakan dalam teori integrasi ekonomi, dimana terdapat situasi hilangnya batasan negara dan batasan perdagangan di dunia internasional. Dan dengan adanya hilangnya batasan tersebut menyebabkan tiap negara dapat berhubungan secara langsung. Sehingga dibutuhkan peran dari pemerintah tiap negara untuk mengamankan negaranya demi menjaga kepentingan nasionalnya. Dukungan pemerintah dianggap penting dalam memajukan perekonomian suatu negaranya di kondisi dunia internasional yang menjadi satu kesatuan, salah satunya adalah dengan upaya melakukan digitalisasi pada UKM. Hal ini terbukti dari Tiongkok yang didukung penuh oleh pemerintah pusat untuk dapat mengembangkan UKM dengan bantuan berupa tambahan modal yang dimudahkan, keringanan pembayaran pajak, serta adanya kebijakan yang memudahkan UKM untuk dapat bergerak dan memperluas bisnisnya. Teori *digital economy* mengatakan perkembangan teknologi dapat membantu manusia dalam melakukan aktivitasnya termasuk dalam bidang ekonomi. Digitalisasi menjadi salah satu dampak perkembangan teknologi, yang satunya dibuktikan dengan kemunculan *e-commerce*. Karena digitalisasi UKM dapat membantu negara dalam meningkatkan pendapatan nasional serta memperluas pangsa pasar yang dapat dicakup oleh negara tersebut. Contohnya adalah Tiongkok yang melalui Alibaba dinilai sukses karena dapat memperluas pangsa pasar Tiongkok di dalam sistem internasional untuk memperkenalkan barang produksi UKM Tiongkok. Sehingga dengan adanya kemampuan tersebut dapat meningkatkan peran Tiongkok dalam sistem internasional, dimana Tiongkok dinilai sebagai negara terdepan yang telah berhasil memanfaatkan digitalisasi sebaik mungkin. Hal ini menandakan pentingnya digitalisasi bagi UKM. Namun, digitalisasi pun dapat menjadi masalah baru bagi negara yang belum mampu memanfaatkan digitalisasi dengan baik, karena berpotensi membuat negara tersebut tertinggal dibelakang negara yang sudah lebih dulu mampu melakukan digitalisasi pada UKM nya.

³⁷ Longmei Zhang dan Sally Chen, “China’s Digital Economy: Opportunities and Risks”, *IMF Working Paper*, WP/19/16. Januari 2019. 5.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Rustam. “Digitalisasi, Era Tantangan Media”, *Islamic Communication Journal Vol 1*, No.1, Mei-Oktober 2016, 43.
- Ehangzhou.gov.cn, “Global Alliance of SMEs to locate Asian HQ in Hangzhou”, *Hangzhou china*, 16 Januari 2019. http://www.ehangzhou.gov.cn/2019-01/16/c_268289.htm (diakses 10 Mei 2019)
- Lee, Yan-Yin, Mohammad Falahat, dan Bik-Kai Sia, “Impact of Digitalization on the Speed of Internazionalization”, *Canadian Center of Science and Education Vol 12*, No.4, 2019, 1.
- Leow, Annabeth. “SMEs can lift Asean GDP by US\$1.1t with tech adoption: Bain”, *Business Times*, 4 September 2018. <https://www.businesstimes.com.sg/top-stories/smes-can-lift-asean-gdp-by-us11t-with-tech-adoption-bain> (diakses 2 Juni 2019)
- McKinsey Global Institute, “China’s digital agenda: Capturing the Internet’s full Potential”, dalam *China’s digital transformation: The Internet’s Impact on Productivity and Growth*, 98.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika. 43.
- Moiseeva, Elvira. 2015. “Theoretical Basis of the Digital Economy Formation”, *Madwell Journals: International Business Management 9* (6), 1405.
- OECD, “Digitalisasi adalah kunci untuk mempertahankan pertumbuhan di Emerging Asia, menurut laporan terbaru”, url: https://www.oecd.org/dev/Press_release_Outlook2018_Indonesian.pdf
- OECD, “China (People’s Republic of)”, dalam *Financing SMEs and Entrepreneurs 2016: An OECD Scoreboard*, 180. Url: https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/financing-smes-and-entrepreneurs-2016/china-people-s-republic-of_fin_sme_ent-2016-12-en#page6
- Pakpahan, Aknolt K. dan Savitri Nurlia Devi. “Digitaliasasi bagi Usaha Kecil Menengah Dalam Era Globalisasi”, *Infokop Media Pengkajian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah*, vol. 28, Desember 2018. Hlm 33-34.
- Sheffield, Jim., Andrey Korotayev, dan Leonid Grinin. “Globalization as a Link Between The Past and The Future”, dalam *Globalization: Yesterday, Today, and Tomorrow*. United States of America: 2013. url: <https://www.hse.ru/data/2013/05/23/1299088719/Globalization.pdf>
- Si, Ma. “SME digitalization drive gets shot in arm”, *Chinadaily.com*, 5 November 2018.

<http://www.chinadaily.com.cn/a/201805/11/WS5af4f1c6a3105cdcf651d494.html>

(diakses 10 Mei 2019)

UNIDO, “UNIDO and eWTP build stronger ties to support e-commerce and SMEs”, *UNIDO*,

url: [https://www.unido.org/news/unido-and-ewtp-build-stronger-ties-support-e-](https://www.unido.org/news/unido-and-ewtp-build-stronger-ties-support-e-commerce-and-smes)

[commerce-and-smes](https://www.unido.org/news/unido-and-ewtp-build-stronger-ties-support-e-commerce-and-smes) (diakses 10 Mei 2019)

WTO, *World Trade Report 2016. Levelling the Trading Field for SMEs*. Geneva: 2016.

Wuryanta, EG AG Wentas. “Digitalisasi Masyarakat: Dinamika Ekonomi Nasional, url:

<https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/163/247>

Xiangfeng, Liu. (2008). “SME Development in China: A Policy Perspective on SME Industrial

Clustering”, dalam Lim, H. (ed.), *SME in Asia and Globalization*, ERIA Research Project Report 2007-5, 38.

Yimin, Xiao dan Xinhua. “China moves to boost SME growth”, *Hangzhou.com.cn*,

http://en.hangzhou.com.cn/News/content/2019-04/08/content_7173431.htm (diakses

10 Mei 2019)

Zhang, Longmei dan Sally Chen. “China’s Digital Economy: Opportunities and Risks”, *IMF*

Working Paper WP/19/16, Januari 2019, 3.